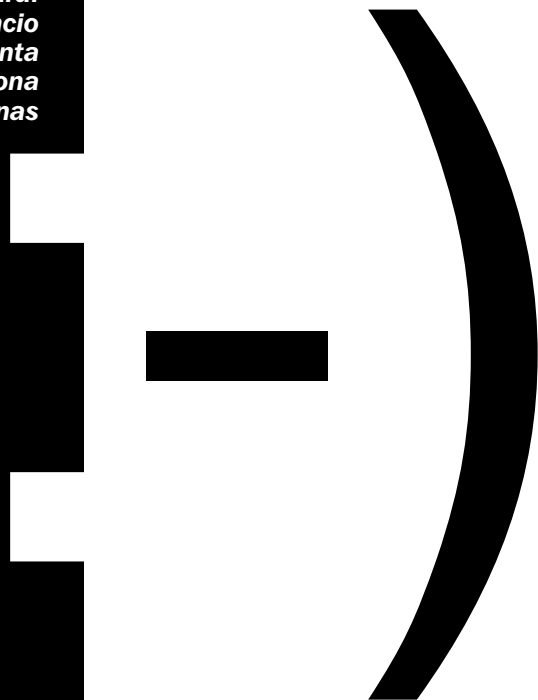


# EMOCIONES

## Notas sobre sus iconos

- 1.- La Comunicación Vía Ordenador
- 2.- Emociconos, emociones en la Red
- 3.- Figuras y Retóricas
- 4.- Realidad virtual, emociones ficticias

*Hablar siempre es volverse.  
Si tu voz viene a mí  
es que tu cara está frente a mi cara.  
Al hablarnos nos vemos. El silencio  
por inmenso que sea se quebranta  
echando en él un nombre de persona  
Pedro Salinas*



# EN LA RED

CARLOS FERNÁNDEZ ASTIZ

## **1 La Comunicación Vía Ordenador (CVO)**

Hasta la aparición de las redes de ordenadores a escala planetaria podíamos hacer una distinción básica entre el mundo de la comunicación escrita y el de la oral, basándonos en la proximidad espacial y/o temporal para la segunda y lo contrario para la primera.

La incorporación de radios y transmisiones audiovisuales con ayuda de cámaras son elementos que irán ganando importancia. La videoconferencia entre dos o más usuarios está ya disponible, a precios reducidos. Las complicaciones y problemas proceden del escaso ancho de banda utilizado con lo que se irán solucionando al incrementarse este.

La CVO trastoca esta percepción. Podemos distinguir (Reid 1998) tres tipos básicos de sistemas de CVO:

- Correo electrónico (correo-e ó e-mail, en inglés) que permite enviar mensajes escritos a otros.
- Grupos de noticias. Permite a los usuarios enviar mensajes a una base de datos dividida en temas, facilitando el correo-e entre múltiples usuarios interesados.

Estos dos tipos son asíncronos, dando tiempo a la reflexión o la preparación de la respuesta.

Pero existen también los -Grupos de conversación (chat en inglés) Que no almacenan el mensaje sino que lo transmiten directamente al monitor del destinatario o del grupo de personas conectadas, lo que constituye una comunicación sincrónica que rompe las diferencias convencionales entre palabra escrita y hablada.

Internet no es solo tecnología, no solo información(...) Internet es participación masiva en una comunicación multitudinaria, sin censura y completamente bidireccional. Comunicación es la base, el fundamento (...) Internet es una comunidad de comunicadores crónicos (Strangelove 1994)

La idea de una comunidad accesible solo a través de la pantalla de mi ordenador me sonaba fría al principio, pero aprendí rápidamente que la gente puede sentir de modo apasionado por correo electrónico o en los grupos de charla. He llegado a ser uno de ellos. Me preocupo por esa gente que he conocido a través de mi ordenador (Rheingold 1993)

Las emociones están presentes en la CVO. A menudo dos personas se conocen en una lista de envío o en un grupo de noticias y continúan su relación por correo-e. Una

relación que puede cubrir desde el aséptico trato profesional hasta la cita íntima más ardiente. Muchos investigadores y publicistas asumen que las relaciones vía ordenador son casuales, temporales, falsas y desprovistas de emoción auténtica.

Lea y Spears (1995) hacen notar que a menudo los investigadores "priman ciertos tipos de relaciones mientras obvian otras" incluyendo la CVO. Aseguran que hasta ahora los investigadores "se han concentrado prioritariamente en relaciones ortodoxas de noviazgo, amistad y casamiento entre jóvenes blancos, heterosexuales, occidentales y de clase media" y reclaman la necesidad de colocar esas investigaciones en su contexto social para el desarrollo de lo que llaman "relaciones electrónicas" en la que se contemplen todas las relaciones personales "situadas socialmente".

"En la CVO las referencias ambientales o corporales son reducidas o eliminadas, dando a la palabra /texto toda la importancia. Dentro de cada interacción entre personas hay un intercambio de comunicación " Chenault (1998)

El investigador sueco Jacob Palme (1998) señala algunas hipótesis para explicar las razones por la que se utiliza la Comunicación Vía Ordenador:

- Estatus y Autoestima . El uso de la CVO permite comunicar con expertos y elementos cualificados lo que redunda en valiosos contactos y mejora de la autoestima. Es tal vez el rasgo más determinante para Palme que señala también los siguientes.

- Confianza, competencia. La CVO te facilita el progreso y evitar errores en tu área de experiencia.

- Compañía, camaradería. La CVO es un antídoto contra la soledad y produce un sentimiento de comunidad a través de la discusión con personajes del área en la que te identificas.

- Inspiración. Permite un intercambio de ideas con otras personas que te inspiran para tus propios objetivos.

- Sentimiento de Generosidad. La CVO permite ayudar a otros y sentir que los demás aprecian tu ayuda. Al mismo tiempo tienes la confianza de que obtendrás ayuda cuando lo necesites.

## **¿Es Internet una cultura propia?**

La cultura colectiva no es en absoluto la suma de las culturas individuales . Una sociología de la cultura debe proyectarse en el cuadro más prosaico , inmediato y general de la vida cotidiana el individuo y la sociedad , a través de sus escenarios de vida(...) Mas bien nos interesará esta cultura de supermercado de vida urbana, de la gasolinera y las autopistas del consumo y los videoclips. Una cultura que está configurada precisamente en nuestro espacio histórico particular de conexión entre el sistema de producción heredado del industrialismo y la cultura material y el sistema de comunicación subsidiario de la nueva cultura de lo inmaterial la"información". (Costa 1994)

## **2 Emociconos y abreviaturas**

Según sus defensores, la naturaleza de la comunicación a través de Internet permite a la gente expresar sentimientos y pensamientos con una amplitud y franqueza inaudita en una conversación en persona o

por teléfono. El problema es que las conversaciones en-linea son realmente una mezcla entre una carta y una llamada telefónica. La posibilidad de malentendidos es muy grande, en ausencia del tono o la expresión de la voz, o las señales proporcionadas por el lenguaje corporal. Correo electrónico, grupos de noticias, la red en fin se circunscribe (por ahora) al lenguaje escrito y ello es fácil de aceptar interpretaciones diversas. Es lo que se denomina un medio frío.

Como resultado de todo esto, una versión reducida de modos expresivos ha surgido en la Red y forma con ciertas reglas de comportamiento forma los que se ha denominado netiquette. Es importante la economía de texto empleado que ha dado origen a abreviaturas bastante utilizadas

<10Q>

*Thank you (Gracias)*

<BFN>

*Bye For Now (adiós por ahora)*

<BTW>

*By The Way (por cierto)*

<G>

*Grin (amplia sonrisa)*

<HTH>

*Hope This Helps  
(espero que esto te ayude)*

<IJWTK>

*I Just Want To Know  
(simplemente me gustaría  
saber)*

<IJWTS>

*I Just Want To Say  
(sólo tengo que decir)*

<IMHO>

*In My Humble Opinion  
(en mi humilde opinión)*

<IRL>

*In Real Life  
(en la vida real)*

<LOL>

*Laughing Out Loud  
(riendo a carcajadas)*

<OTOH>

*On The Other Hand (por otro  
lado)*

<ROTFL>

*Rolling on the Floor Laughing  
(rodando por el suelo muerto  
de risa)*

<TIA>

*Thanks In Advance  
(gracias por adelantado)*

<TTYL>

*Talk To You Later  
(Te hablo más tarde)*

Los emociconos usan símbolos ASCII creados desde el teclado, que parecen ser capaces de multiplicarse al infinito simplemente agregando nuevos símbolos o creando otros diferentes. Hay caras y cuerpos, objetos y acciones. Para Reid (1996) los emociconos son "pictogramas hechos con los símbolos del teclado para "crear cadenas de arte con una alta carga emotiva".

"La comprensión global de las expresiones audiovisuales obliga a valorarlas en función de los casos situacionales que les dan significado . Es pues, necesario que nos situemos en el campo de la pragmática y pongamos todo el énfasis en la significa-

ción que generan las relaciones que se establecen entre la imagen y sus usuarios y estos con su contexto" (Pericot 1998).

Witmer y Katzman (1997) sugieren la frase "acentos gráficos" para referirse genéricamente a estas aportaciones emocionales y artísticas, a causa de su potencial de añadir expresividad, emoción y estética al discurso escrito.

"Un icono es un signo basado en la similitud". Con esta definición Sonesson (1997) nos coloca justo en el centro de una descripción modélica. para señalar además que el signo pictórico contiene muchas expresiones redundantes para un único contenido, además de una acumulación de contenidos incluidos en una expresión simple.

Similaridad es simplemente el resultado de una relación signica, en vez de su motivación (Sonesson 1989 III) Aunque como Eco observa acertadamente no hay realmente similaridad entre algo real y su pintura por realista que sea (Eco 1976) . Y además podemos considerar los emociconos como signos pictóricos

Si un signo icónico concreto nos da una ilusión de mostrar sobre una superficie bidimensional del plano expresivo la proyección de una escena extraída del mundo de la existencia real (tridimensional) (con o sin sugerencia de perspectiva lineal) entonces es concretamente un signo pictórico. (Sonesson 1998)

Una de las posibilidades de estudio de los emociconos podría ser la extrapolación del modelo de Saint Martin. Como se recordará Saint Martin impone sobre la pintura a estudiar una retícula conteniendo cinco veces cinco bloques de división, separando

las cuatro partes y la central. Cada una de esas ciento veinticinco porciones de la pintura las denomina "colorema". Se trata de extrapolar el modelo de SM atribuyendo a cada emocicono el carácter de elemento básico y sus seis dimensiones: Color/Tonalidad; Textura; Dimensión /Cantidad; Implantación en el plano; Orientación/Vectorialidad y Fronteras/ Contornos para generar formas. Más aún podemos conectarlos con la determinación de sintaxis visual:

- Interacción de colores.
- Relaciones topológicas: Proximidad, separación, inclusión, envolvimiento y órdenes de sucesión.
- Relaciones gestálticas: Figura/ Fondo; Continuidad; Similitud; Cierre; Pregnancia; Vectorialidad y familiaridad.

Las variables visuales cuando aparecen en una pintura son a menudo constreñidas por las potencialidades energéticas del plano básico que se supone contiene cuatro ángulos formativos , dos diagonales, que dan dos pares de triángulos enfrentados, una figura cruciforme.

El modelo SM atiende en particular la variable de implantación en el plano, distinguiendo entre cerca de dos docenas de perspectivas diferentes y efectos de distancia. Esta descripción concierne a la parte sintáctica del modelo.

## **Antecedentes**

A la hora de enfrentarse a los emociconos tenemos que señalar también algunos condicionantes técnicos que ayudan a comprender algunas de sus características. En primer lugar los problemas de capacidad

de los procesadores utilizados en los primeros ordenadores personales que no permitían la construcción de imágenes complejas ni dibujos demasiado elaborados. Este problema se extiende a los sistemas de transmisión que muy lentos y de poca capacidad no podían soportar imágenes. Todo ello colabora a la utilización de los signos ASCII como herramienta básica de construcción de las "caritas" que tienen la ventaja añadida de adaptarse a cualquier ordenador personal sea cual sea el entorno o el programa utilizado. Ello impone también la orientación horizontal en la construcción de los iconos.

La ausencia de señales verbales o visuales a través de la CVO ha desarrollado un conjunto de símbolos y abreviaturas cuya inclusión en el texto está destinada a clarificar las intenciones emocionales del emisor. Surgen así los "emoticons"(emociconos) llamados también "smiley faces" ó simplemente "smileys" (conocidos, sobre todo en Latinoamérica como "caritas") y otras convenciones de escritura.

Importante también la aportación del comic donde el uso frecuente de exclamaciones y onomatopeyas llevó en poco tiempo a la conversión de éstas en elementos gráficos, mediante la catacrexis; por un proceso de simplificación y elipsis (ver figuras retóricas) se llegó posteriormente a la adscripción de nuevos significados a los signos de puntuación; que rápidamente se incorporan al conocimiento colectivo. Además de emoticonos y abreviaturas se utilizan subrayados, asteriscos, mayúsculas y coloraciones para poner énfasis.

El siguiente comentario de un grupo de noticias ilustra lo anterior desde el punto

de vista de sus usuarios, convencidos de su especificidad:

Newsgroup: alt.culture.usenet  
From: alice@nature.Berkeley.edu  
Subj: usenet/e-mail language

La comunicación humana a través de la Red es cualitativamente diferente de cualquier otra forma de comunicación. Una diferencia sustancial es el paralenguaje (denomina así al lenguaje no verbal o gestual). Cuando hablamos cara a cara o por teléfono absorbemos \*montones\* de información sobre el interlocutor más allá del texto del mensaje. Factores tales como la voz (que nos informa del sexo del hablante o su actitud), el tono (estado emocional), el movimiento corporal y otras informaciones esenciales. La ausencia de este lenguaje no verbal impide a veces la comunicación por la Red... Pero hay un intento de adaptaciones de los usuarios y sus esfuerzos por sustituir ese paralenguaje. He tomado notas de algunos como:

- Emociconos (caritas). En especial alegre/ triste
- Acento: \*\*, <>, \_\_\_\_\_, MAYUSCULAS
- Firmas: Añaden "personalidad"
- Formato del texto, Tal como el espaciado, sangrías ó longitud...
- Deletreado y gramática. A menudo usado como base para juzgar a alguien de modo semejante al aspecto físico, es decir sus características de situación social (económico-cultural).

Hay una intención clara de magnificar este fenómeno y señalar como cultura propia la CVO y en particular las jergas y caracterís-

ticas de los principales usuarios de Internet, en lo que no son más que retazos, tópicos y lugares comunes de la cultura WASP norteamericana. En parte por el deseo de adquirir un cierto grado de elitismo por parte de sus propios integrantes y en parte por la necesidad comercial de construir y explotar un mercado de "hackers" y simpatizantes. La película "The matrix" vendida como referencia para este grupo de consumidores recoge una jerga supuestamente informática en una mezcla de cuentos, leyendas y lugares comunes de la cultura anglosajona que va desde "Alicia en el país de las maravillas" ó la llegada de un Mesías al beso de amor que da la vida en Blancanieves

El "Jargon File" se define a si mismo como "una colección de términos usados por varias subculturas de hackers (que vamos a traducir por "fisgones" ó "hurones" informáticos). Aunque se incluyen algunos términos técnicos como referencia y para dar un cierto tono, no se trata de un diccionario técnico. Lo que se describe es el lenguaje que los "fisgones" usan entre ellos para divertirse, comunicarse o en sus debates técnicos.

La cultura del "huroneo" (hacker culture) es actualmente una colección dispersa en la Red de subculturas que no han sido conscientes de importantes experiencias compartidas, con raíces y valores comunes. Con sus propios mitos, héroes, villanos, leyendas, bromas prohibiciones y sueños. Porque los hurones informativos como grupo son gente particularmente creativa que se definen a si mismas parcialmente por el rechazo a los valores y hábitos "normales" y que tienen unas referencias inu-

sualmente ricas y conscientes para una cultura de menos de 40 años. (Raymond 1993).

¿Quién no querría ser identificado con un grupo creativo y rebelde? Pero lamentablemente al profundizar mínimamente aflora su raíz : "Las consonantes se pronuncian en inglés americano" ("How to use the lexicon" Raymond 1993)

### **3. Figuras y retóricas**

Aunque con muchos matices, puede establecerse inicialmente que las rectas son simples elementos descriptivos, mientras las curvas son elementos expresivos que recogen acciones, relaciones y emociones. Hay que señalar que, a menudo, las curvas adoptan también el carácter de descriptivos y los elementos expresivos se encuentran en otras ocasiones en acentos (es decir líneas rectas) como en el lloro o el resfriado. Las curvas señalan también con frecuencia los rasgos característicos esenciales. El emocicono es . claro está, polisémico y prototípico.

### **Lista de emociconos**

Versión larga	Versión abreviada
:)	:) Feliz
(:	(: Zurdo. Australiano
:(	:( Triste
;-)	;) Pícaro
#-)	#) ¡Menuda noche!

:O		:O Sorprendido
:-		:  Indiferente

Para los que quieren una apariencia más estética en las caras se puede incluir una nariz

:^) :^] ;^)

En primer lugar, debemos señalar la limitación de los emociconos al b/n ó n/b disfrutando de una oposición al fondo sobre el que se escriben-dibujan.

En segundo lugar, la orientación se altera noventa grados con respecto a nuestro plano de lectura habitual arriba-abajo/izquierda-derecha, siendo así que izquierda-derecha corresponde a lo que hemos considerado arriba-abajo. Incluso en el caso de "zurdo/ australiano"el orden de lectura se invierte a derecha-izquierda.

Hay un elemento de imposición formal que limita la separación de los signos para formar el icono. Cada elemento está colocado en el espacio de ejecución de signos que otorga, automáticamente el teclado o programa y que corresponde a un espacio único en la pantalla o en el papel. En ese espacio no caben dos signos. Luego la acumulación de significado o su negación no viene dado por la superposición sino por la continuidad, la suma de signos.

Es evidente la percepción de una figura continua en el que se cierra, a nivel perceptual el rostro en un círculo (feliz) o cuadrado (triste), imaginarios que toman la parte superior de los dos puntos y la boca como ejes de apoyo.

Todos estos elementos que distorsionan nuestra percepción habitual exigen el

aprendizaje de los emociconos para lograr su objetivo comunicativo. Así pues, tienen un segundo nivel de "lenguaje de iniciados". Se parte de elementos comunes en la caricatura occidental, del tebeo y la historieta, pero además se exige un aprendizaje específico de los elementos que intervienen, algunos tan elaborados que hay que recurrir a las tablas de símbolos del sistema operativo, por tanto no visibles directamente en el teclado. Se precisan unos conocimientos previos para escribir esos signos. El más común y a la vez de los más ocultos es la barra vertical que expresa indiferencia (como boca); o la arroba de "temeroso" que no figura en los teclados más antiguos.

### Así que cuando las palabras te fallan:

~::~-[:	Quemado por la red
:-\$	Pon tu dinero donde aconsejas/Hazlo tu primero
:-P	Lengua viperina
:-@	Temeroso/ Enfadado/ Enfermo
:*)	Borracho/Payaso
>:->	Sonrisa maliciosa
:-#	Ortodoncia/Beso
R-)	Gafas rotas
(:-)	Calvo
:-)))	Muy gordo
:-{}	lleva lápiz de labios
@:-)	Lleva un turbante
>:->	Impúdico
\$-)	Yuppie/Millonario
;	Llorando
:=)	Narizotas/Boxeador
8:]	Gorila

8-)	Lleva gafas	8:-)	cerdo/niña pequeña
B:-)	Gafas de sol en la cabeza	: \ /	Pájaro carpintero
:T	Mueca	] :->	El Diablo
:y	Dilo con una sonrisa	, -)	Guiñar un ojo
:	Disgustado/ Malvado/	-(	Ha perdido las lentillas
	Inexpresivo	#:-)	Greñoso/Mal peinado
:~-(	Llorando/Le cae una lágrima	&:-)	Pelo rizado
:!-(	Llorando	C=:-)	Chef
:~::~~	Llorando	><:;>==	Pavo
:Q	Fumador	@)->•	Rosa
:!	id	=  :-)=	Tío Sam/Lincoln
%-\	Con resaca	7:)	Ronald Reagan
-o	Aburrido	+<:-	Cura/Monja
:X	Beso/Secreto/Labios sella-	:_)	Boxeador/ Ha tenido una
dos)			pelea/Nariz deforme
(:-D	Es un bocazas	>>:-)	Diablo/usuario incompetente
(:+	Es un narizotas	>>>>(-)	Hombre de negocios
:!)	Tiene bigote	{	Psicosis/Hitchcok
:*	Comió algo picante/	(:!	Cabeza cuadrada
	Sabor amargo/Beso	b:-)	Aficionado al béisbol/
[:)	Lleva un Walkman	Con gorra	
(:)	Cascos de bicicleta	(-)	Necesita un corte de pelo
:)'	Babea	:(*	Esta enfermo
=:-)	Punk	*****:-)	Marge Simpson
+:-)	El Papa	[:]	Robot
O:-)	Un Ángel	:-[	Vampiro/Drácula/Sarcástico
*<:->	Santa Claus	:F	Vampiro desdentado/Serios
o<:-{{{	Santa Claus	problemas dentales	
*<  :-)	Santa/Payaso	:)=	Orangután/Narizotas
5:-)	Elvis Presley	:?	Fumador de pipa/Ignorancia
:-%	Banquero	:-8(	Condescendiente
:=	Carita mutante	8-#	Muerto/Muerte
(-  :-)	Siameses	>>:-<<	Loco
7:-)	Pedro Picapiedra	;^)	Afectado/Prepotente
:/7)	Cyrano de Bergerac	>>:-1	Klingon/Star Trek
C):-O		:—}	Mentiroso/Pinocho
C):-O		!-(	Ojo morado
C):-O		)	El gato de Cheshire
C):-O	Un cuarteto vocal	(:-D	Chismoso
3:-o	Vaca	*#*!^*&:-)	Esquizofrénico

:-'	Resfriado/Gripe
:\$)	Donald Trump
:-.)	Marilyn Monroe/Madonna
:-) 8	Dolly Parton
:-  :-	Deja'vu
><*:oDX	Payaso
C :=	Charlie Chaplin
:.)	Cindy Crawford
=)	Adolf Hitler
~:o	Bebé
===:-D	Don King
8(:-)	Mickey Mouse/Walt Disney
(    F	Robocop
P-)	Pirata
%-~	Picasso
!:-)	Unicejo

La efectividad de un acto comunicativo visual estará condicionado por el grado de competencia de sus actores, es decir, por el grado de interiorización que tienen del sistema de reglas que permiten generar y comprender un número infinito de expresiones diferentes a partir de unas imágenes concretas y reconocibles " (Pericot 19989)

Hay un intento de incrementar esta competencia estableciendo el significado de la imagen en cada emoción. Estamos pues en un periodo de transición en la que el icono se suma al texto. Por ahora, el icono no es válido para comunicar nada más que en una pequeña proporción. Su extensión a otros terrenos como la publicidad o los teléfonos móviles puede dar pie a ese despegue una vez convertidos en clichés (ver figuras retóricas). Es como dice Chomski una competencia que se adquiere en un contexto histórico-social y solo se puede

ejecutar en un contexto social históricamente formado. El uso de los emoticonos en su contexto WASP es también una imposición de ese contexto concreto a los usuarios de la Red.

Por otra parte, y de manera similar a los límites que impone la propia estructura de las herramientas, la iconicidad de las imágenes también impone ciertos límites en su uso. La identidad analógica de las imágenes y su referencialidad representacional de un mundo real también actúa como norma de aceptabilidad o de obstáculo para la producción de discursos visuales. Podemos señalar con Santos Zunzunegui como Categorías no constitucionales las topológicas que regulan la disposición de las configuraciones en el espacio y de las que pueden destacarse la orientación (alto/bajo; derecha/izquierda) donde los emoticonos, en parte por sus limitaciones técnicas han abandonado la orientación vertical de nuestros textos para cambiar a la horizontal obligando a una lectura que rompe la orientación habitual y se enfrenta a la normalidad del texto. Y la posición (periférico/central; englobante/englobado) Las categorías cromáticas juegan un papel constituyente en la medida en que es necesaria la captación de al menos un contraste (copresencia sobre una misma superficie de dos términos contrarios de una misma categoría o de dos unidades más vastas organizadas de la misma manera) basado en una categoría cromática para el surgimiento de la configuración plástica. Podemos darnos cuenta con claridad de que en los emoticonos hay categorías cromáticas no graduables (como su cromaticidad y graduables (por ejemplo la

saturación, la luminosidad y la subcategoría acromática/negro versus /blanco) que incrementa su importancia con la extensión de los monitores en color.

Las categorías eidéticas incluyen a todas aquellas que sirven para definir una configuración plástica de la "forma" como por ejemplo el contorno (recto/versus/curvo) y la oposición (cóncavo/versus/convexo), etc. que hemos vistos antes.

Este saber sobre la expresión visual no es provocado por convención o código socializado sino por simple analogía entre la imagen y el objeto real. En este caso la imagen icónica no actúa como signo sino como "la misma cosa". La cosa es re-presentada por la imagen y por lo tanto su percepción es inmediata. De esta manera la estructura referencial de la imagen queda doblemente constituida en dos planos: como realidad perceptible u observación directa de la realidad y re-presentada mediante signos icónicos; y como comprensión del objeto simbólico, de acceso comunicativamente mediado por el entendimiento de una manifestación visual "sobre" la realidad. (Pericot 1998)

: Ojos  
 ; Ojos pícaros  
 ! Pie  
 - Nariz. Pelo de punki  
 ) Boca sonriente. Sonrisa.  
 Cuernos de diablo.  
 Cuernos de toro  
 ( Boca triste. Tristeza. Ojos y boca de Robocop.  
 Cabeza cuadrada  
 | Serio. Indiferente. Entrecejo.

Ojos cerrados. Dormido  
 @ Boca gritando. Rosa. Hongo atómico. Turbante  
 :: Gafas. Cuatro ojos  
 [ Walkman. Robot. Boca de vampiro  
 \* Nariz de payaso. Beso. Silencio (boca tapada). Boca de borracho. Nariz aplastada. Ojo de pez  
 # Cabeza cargada. Boca censurada. Pelo de yuppie. Ortodoncia  
 > Nariz. Nariz rota  
 < Boca de desamparo. Gorro chino, Oriental. Loco. Nariz rota  
 ? Pensativo. Fumando en pipa  
 / Negación. Boca escéptica  
 { Tupé. Boca de vampiro  
 } Bigote  
 % Ojos de borracho. Acné. bizco  
 = Parte de gorro de chef. Barba  
 + Religioso. Católico. Parte de cabeza de monje. Parte de corona  
 \$ Boca de enfermo. Ojos de yupie. Ojos de ganador de dinero  
 & Boca de enfadado  
 \ Nariz de Picasso  
 / Pelo de Mr Spock

## **LETRAS Y NUMEROS**

B Con los labios mordidos.  
 Ojos de Batman  
 C Boca de incredulidad.  
 Parte de gorro de chef. Moño  
 c Boca muy triste. Parte gorro de chef  
 D Muy sonriente. Burlón  
 E Boca de vampiro dientón.  
 Operador de radio  
 F Boca de vampiro dentón y mellado  
 i Fumando  
 j Fumando y sonriendo

- L pelo de recién graduado. Aficionado
- I Boca dormida
- O Boca gritando. Grito. Bostezo. Corona de santo. Boca de payaso. Sorprendido. Gafas de buceador
- o Boca sorprendida. Boca de aburrimiento
- P Ojos de pirata. Boca escéptica
- Q Boca con cigarrillo. Fumador
- R Gafas rotas
- S Boca que dice incoherencias
- T Boca irónica
- V Gritando de lado
- v Hablando de lado
- W Gritando con insultos. Vómito
- w Hablando con insultos
- X Secreto. Boca sellada. Ojos de fallecido. Ojos de carcajada
- x Beso
- y Dilo con una sonrisa
  
- 1 Sonrisa forzada
- 3 Montera de torero. Pechos femeninos. Cabeza de cachorro. Cuernos de animal
- 6 Boca de tonto
- 8 Gafas de sol. Pechos femeninos. Rulito de pelo. Hablar sin parar. Pajarita. Gorro de mago
- 9 Relamiendose

### **Grupos de dos caracteres**

- { } Lleva lápiz de labios
- { ) Mega sonrisa
- { ) ) Muy gordo

Conviene traer a colación lo aclarado por Santos Zunzunegui (1989) El presupuesto básico -con matices diversos • consiste en afirmar la existencia de una semiótica figurativa constituida sobre la base de reagrupar los diferentes trazos visuales que componen una imagen, en formantes figurativos, a los que dota de un significado, transformando de esta manera las figuras visuales en signos-objetos. Por tanto los formantes figurativos -elementos del plano expresivo • se constituyen en representaciones parciales de los objetos del mundo natural. En esta semiótica, como hemos visto, funcionan los conceptos básicos de imitación como operación producida por el enunciador del texto visual y el de reconocimiento como actividad cognitiva propia del enunciatario previsto por la imagen.

Y si ese reconocimiento se efectúa, recordará Greimas, se debe al hecho de que la significación que hace posible pertenecer a una lectura humana del mundo (en nuestro caso una referencia esencial al mundo capitalista occidental hegemonizado por los EUA) y no al mundo mismo. Precisamente es esa reja de lectura la que convierte al mundo en significante permitiendo identificar las "figuras" con los "objetos", funcionado como código de reconocimiento capaz de hacer al mundo inteligible y por tanto manipulable.

Pero la semiótica figurativa cuyo objetivo final no es otro que dotar de una interpretación "natural" al discurso de las imágenes no agota la totalidad de las articulaciones significantes de las ocurrencias plangnarias

Porque puede procederse, junto a una aproximación figurativa (que reformula la

imagen en series de objetos "nombrables" y se interesa por lo que el enunciador ha querido "decir"), a construir una aproximación plástica interesada en subrayar la idea de que es posible justificar que los colores, las formas, las posiciones en el espacio hablan de otra cosa que de ellos mismos, que es posible distinguir entre significante y significado y que, junto al recorte usual de la imagen en términos del mundo natural (lo figurativo) es posible proceder a una articulación del mundo visible o de un universo visible construido en unidades que no coinciden con las del mundo natural (lo figural). En la misma medida en que la semiótica plástica toma como tarea dar cuenta de la materialidad del significante de las ocurrencias planarias, al considerar que estas últimas son espacios bidimensionales articulados y capaces de servir a una significación diferente de la propuesta por su pura lexicalización, su actividad primordial tiene que ser la construcción del plano de la expresión de las imágenes. Y decimos construcción porque es en la misma operación de segmentación del plano de la expresión cuando la semiótica plástica se constituye como tal. Se trata, por tanto de un objeto de conocimiento en vías de constitución.

### **3.2. Figuras retóricas**

Eco (1970) define el código retórico como resultado de la convencionalización de una solución icónica original, que ha sido asimilada por un grupo social y se ha convertido en modelo o norma de comunicación. La intención retórica tras un mensaje visual sería comunicada por la selección implícita del punto de vista, estilo,

contexto, etc. (Scott 1994)

En los emociconos podemos señalar la utilización de algunas figuras retóricas tales como:

- **Catacrexis:** En una situación en la que un signo ya adjudicado a una primera idea es adjudicado a una nueva sin signo propio en el lenguaje. El uso de @ que designa el correo electrónico pero que es utilizado también en los emociconos como "boca gritando", "Rosa" "Hongo atómico" ó "turbante".
- **Metáfora:** La forma de la metáfora evoca una experiencia imaginaria. El uso de la X para indicar secreto ó labios sellados.
- **Cliché:** Es el resultado de figuras retóricas tan usadas que han sido totalmente asimiladas en el lenguaje. Pueden ser también consideradas como metáforas muertas. La carita sonriente :) está en camino de convertirse en uno. Ahora también es usada en parte de los mensajes de los teléfonos móviles y de campañas publicitarias, por ejemplo.
- **Metonimia:** La sustitución de términos sugiriendo una relación de causa en vez de efecto, instrumento en vez de agente, continente en vez de contenido se puede observar en los emociconos como en la representación de Picasso que no pretende representar al Pintor sino a sus pinturas %\v con ciertas referencias al cubismo.
- **Sinécdoque:** Una parte es sustituida por el todo en lo que a menudo utilizamos ese rasgo característico. El { pretende ser el perfil de Alfred Hitchcock tal como aparecía en la serie de tv que presentaba. También es el moco de la cara para hacer referencia al resfriado.
- **Metalepsis:** Basado en la relación

antes/después podría ser el hongo @ una vez que ha explotado la bomba atómica o el peligro al que hace referencia.

- Hipérbolo: Es evidente que en el lenguaje de los adolescentes es frecuente la exageración usada como medio de dar relevancia. Y casi alcanza en algunos emoticonos la categoría de caricatura como la nariz aplastada \* o los ojos dislocados % del borracho tras una noche de juerga.

- Elipsis: La propia esencia de esta figura está en la mayoría de los iconos donde se suprimen algunos elementos comunicativos.

- Acento: Esta figura que describe el uso del color para resaltar objetos en un entorno mayoritariamente en blanco y negro ha sido más relevante a medida que se han ido extendiendo el uso de monitores en color, lo que vuelve a poner de manifiesto la importancia de las limitaciones técnicas en nuestro entorno informacional. Recordemos la propuesta de denominar a los emoticonos y otros elementos "acentos gráficos"

- Antítesis: Yuxtaposición de ideas encontradas, en estructuras paralelas como las que nos ofrecen alegre/triste ó estadounidense/australiano o diestro/zurdo.

- Paráfrasis: Figura de ampliación. El intento de condensar en una imagen los aspectos clave de personajes, lugares o productos es una intención manifiesta de la construcción de emoticonos. Las orejas de Spock son un ejemplo o la barba de chivo y el sombrero de copa con la bandera =| :-)= en la representación típica del Tío Sam, o el pelo \*\*\*\*\*:-) d e Margie Simpson.

- Anáfora :Como puede verse en numerosos ejemplos hay constantes duplicaciones

de signos o grupos de signos: <\*(((<>< como un pez.

#### **4. Realidad virtual, emociones ficticias**

La CVO tiene la ventaja de proporcionar una comunicación encubierta, donde adoptamos la personalidad de origen que deseamos y los emoticonos incrementan esa posibilidad de ofrecer una panoplia de emociones codificadas que no tienen por que responder a la realidad. Así, al igual que los ordenadores nos ofrecen la capacidad de crear espacios no existentes tan creíbles como la realidad nos ofrecen una comunicación, unas emociones ficticias. En la realidad virtual, emociones o personalidades ficticias.

Como nos recuerda Joan Costa: Esta sociedad nuestra es así, al mismo tiempo rebozante de estímulos y vacía. La naturaleza humana tiene horror al vacío(..)Es de este modo que nuestras vidas de cada día caminan hacia la "densidad de pequeños actos" que por eso mismo se convierten en micro-actos y se disuelven en lo más banal e insignificante del acontecer entre el ruido y la velocidad misma de esta dinámica creciente. Las cosas pierden así su sentido y su esponsor. Por otra parte, esto genera más y más saturación y la saturación genera superficialidad y saciedad. Entonces el problema se invierte y el horror vacui se convierte en horror plenum(G.Dorfler.L´intervalo perduto.), un horror al "exceso" que es una reacción contra ese vértigo lleno de nada, de saturación y de la particularidad consumible de todo esto que el entorno nos ofrece

"El proceso de fetichización -o se a de asunción de imágenes aberrantes como si

fueran verdaderas, la substitución por "simulacros" de los elementos de la realidad cotidiana, al verificar siempre más intensamente situaciones alienantes debido a la particular condición en que se encuentra nuestra civilización (siempre alimentada sobre todo por pseudoacontecimientos transmitidos por los mass media que no de acontecimientos auténticos) re-entran en esta gran categoría del fetiche cotidiano (G.Dorfles. *El fetiche cotidiano*)

## **Emociconos más allá de la red**

El uso de emociconos no hace sino incrementarse al compás de la extensión de Internet y otras redes. Incluso cuando las limitaciones técnicas desaparecen y ya es posible enviar imágenes con rapidez y calidad apreciables, los iconos se mantienen y extienden su área hasta la publicidad (Banco de Santander) y la propia comunicación oral. Algunas compañías como Nokia incorporan ya a sus móviles un catálogo de símbolos que permiten ser enviados a través de sus mensajes (mensajes

icónicos en los teléfonos móviles). La interconexión de Internet y los teléfonos móviles a través de la tecnología WAP va a incrementar su uso, sin duda alguna y dará origen a la creación de nuevos iconos.

Es probable que la iconización de nuestros medios de comunicación tenga algo que ver con el fenómeno. Algunos autores como Piscitelli (1995) ya advierten que " la primacía de la argumentación racional - resultado y condición de la mecanización de la escritura • está actualmente amenazada por la proliferación de imágenes y de estilos de sistematización y recuperación de la información intratables por las herramientas distintivas del saber racional clásico. Lo que la avalancha icónica promete y exige son nuevos modelos de generación, procesamiento y consumo de información que podrían llegar a poner en cuestión las bases mismas del discurso racional, invitando a generar modos igualmente novedosos de relacionarnos con la información y de argumentar".

Por el momento, estos indicios podrían constituir un síntoma que debe ser estudiado con cuidado.

## **Bibliografía**

- Costa, J. (1994) *Diseño, comunicación y cultura*. Fundesco. Madrid
- Chenault, B., (1998): en [www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html](http://www.december.com/cmc/mag/1998/may/chenault.html)
- Eco, U. (1970) *Semiologie des messages visuels*. Communications 15.
- Eco, U. (1976) *A theory of semiotics*. Bloomington. Indiana University press
- Echevarría, J. (1995) *Telé*. Anagrama. Barcelona
- Fodor, J.A. (1984) *El lenguaje del pensamiento*. Alianza. Madrid
- Lea, M., .Spears, R (1995): *Love at first byte?* En JT Wood & Duck, S. (eds) : *Understudied relationships: Off the betaen track*. Newbury Park, CA
- Lynch, J.Rose, A, (1993)

- Ong, W. (1992) *Writing is a technology that restructures thought* en Pamela Downing: *The linguistics of literacy*. J. Benjamins. Londres
- Palme, J. (1998): *Why do people use Internet Forums?* En
- Pericot, J. (1998) *Las guías iniciales y las lindes del juego visual* en [www.iaa.upf.es/formats/formats1](http://www.iaa.upf.es/formats/formats1)
- Piscitelli, A. (1995) *Ciberculturas. En la era de las máquinas inteligentes*. Paidós. Madrid
- Raymond, (1993): *The Jargon File*.
- Rheingold, H., (1993) *The virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*. Addison-Wesley. Reading, MSS.
- Rice, R.E. & Love, G. (1987) *Electronic Emotion. Socioemotional context in a computer mediated communication network*. *Communication Research* nº14.
- Ruiz Collantes, F.X. (1998): *Pregnancia semántica modulada y lectura de imágenes* en [www.iaa.upf.es/formats/formats1](http://www.iaa.upf.es/formats/formats1)
- Scott, L (1994) *Images in advertising. The need for a theory of Visual Rhetoric*. *Journal of consumer research*, vol 21, sept .NY
- Sonesson, G. (1989) *Le mythe de la triple articulation*. *Contributios to the 4th Congress of the International Association for Semiotic Studies*. Barcelona
- Sonesson, G. (1994) *Pictorial semiotics. The state of the art at the beginning of the nineties*.
- Sonesson, G (1998) : *Cuadraturas del círculo hermeneútico*. AIS. Lund
- Sperber, D. y Wilson, D. (1994) *La relevancia*. Visor. Madrid
- Stone, R.: *Cyberspace; First Steps*. M. Benedikt (ed) . The MIT Press. Cambridge, MSS
- Strangelove, , (1994) en [www.december.com/cmc/mag/1994/may/strangelove.html](http://www.december.com/cmc/mag/1994/may/strangelove.html)
- Timn, (1998) en [www.vianet.au/~timn/thesis](http://www.vianet.au/~timn/thesis)
- Witmer, D. & Katzman, S (1997) *On-line smiles*. *Journal on computer mediated communication*, nº2 . Purdue. IN.
- Zunzunegui, S. (1989): *Pensar la imagen*. Cátedra. Madrid